

(上接第17版)



“天际线”，取其广阔、辽远之意，表达人类型远而知新的渴望。2016年，我们着手策划译林新知书系，规划了第一批选题，2018年开始正式出版系列图书。

该丛书遴选了一批在细分领域精耕细作的新知、自然、科普类选题，这些书均以自然界或人类社会的某一个侧面为切入点，凭借广博的视角和生动的叙述，让读者了解这个世界充满生机、丰富多样的另一面，进而提升对自然环境变迁的敏感度和对濒危物种的关注度。这批作品兼顾大众读者和专业读者的阅读需求，写作手法具有亲和力，严谨扎实，叙事性强，文笔考究，尤其是注重专业科普与人文色彩的结合，将情感与温度融入其中，代表了科普图书的一个重要创作方向。

目前“天际线”已推出20个品种，平均销量达2万册以上，5年来累计印量逾50万册。其中具有代表性的作品包括气象科普畅销书《云彩收集者手册》、原创精品图书《三江源国家公园自然图鉴》、经典天文科普书《望向星空深处》等。

近年来，译林出版社整合优势资源，做好分工细化，以打造精品书系的思维将科普出版品牌化，并为之提供充分的制度、资源和人力保障。“天际线”的每

译林社“天际线”，为科普图书创造另一种可能

■陈叶(译林出版社副总编辑)

一本书在选题策划阶段就下足了功夫。我们会挑选一些文笔考究、视野开阔、专业性和趣味性兼备的选题，引进图书和原创选题兼而有之。它们与传统的科普、博物类图书不同，既非单纯抒情和印象式的文学书写，也非片面注重数据与分析的科学读物，而是采用百科全书式的写作手法，融合了大量的一手资料，把主题放到文学、历史、政治、经济、科技等大背景中进行观察，为读者提供了全面而深入的视角，严谨细致又亲切易读。

为了保证图书的内容质量过硬，我们在“天际线”系列的作译者选择上，保持着严苛的标准，作者均为世界各地具有代表性的优秀科普作家和研究机构。编辑们在审稿过程中，针对“天际线”丛书专业性强、文字考究、体例复杂的特点，对稿件进行了深入而细致的加工，确保书稿内容的科学性和专业性，以及语言的流畅性和可读性。同时，我们会尽可能地为每一本书邀请专业人士审读把关或作序，有效保证了丛书内容的科学性，提升了品牌知名度与社会影响力。

“天际线”丛书的装帧设计简洁雅致，富有装饰趣味而不失功能性，在博物、科普图书市场上呈现出鲜明的气质。套系类图书往往为了追求风格统一采用比较简洁的装帧设计，而在“天际线”丛书的设计过程中，我们会结合图书的具体内容，根据写作风格、篇幅体量以及读者的实际阅读使用需求来量体裁衣，尽显每本书的独特内涵。“天际线”丛书因过硬的内容质量和精美的装帧设计，不仅获得大众读者的青睐，也得到专家的高度认可，多种图书获得大奖。其中，《三江源国家公园自然图鉴》入选了自然

资源部评选的2023年自然资源优秀科普图书，还入选了国家出版基金项目、经典中国国际出版工程等。

为了满足融媒体时代读者的阅读需求，我们积极探索“天际线”丛书的融合出版产品，全面整合了纸书、电子书、音频等不同形态，例如在《鸟鸣时节》中，我们悉心整理了赏心悦目的配套视听资料。

在“天际线”丛书纸质书出版后，我们也会与三联中读、凤凰书苑等知识平台合作，由编辑或译者梳理内容精华，为读者全面解读书中的知识要点，及时解答读者在阅读中的疑惑，让“天际线”丛书的作品更有互动性和趣味性。近几年，译林社还与多家科普单位和生态保护机构建立了长期有效的合作机制，使“天际线”以讲座、展览、自然教育等形式助力多场线下科普和公益活动。此外我们也和专业机构合作策划出版一些对国内生态保护有实际意义的原创图书。

随着全民生态文明意识的提高，读者提升自然科学素养的需求，进行博物探索的兴趣也日渐强烈。译林社“天际线”品牌敏锐洞察到这一阅读趋势，结合分众传播时代的轻阅读取向，在2023年重点推出装帧精美、内容具有亲和力的图书。今年已出版的品种包括科学与人文并举的植物科普书《豆子的历史》《果园小史》、鸟类行为学前沿著作《鸟类的行为》《怎样理解一只鸟》、深入探究自然现象的《天气的秘密》《卵石之书》等。接下来我们还将出版《鹦鹉螺与长颈鹿：10章生命的故事》《星座的故事》等重量级作品。

(聂慧超 采写/整理)

聚焦原创力，探索科普出版新产品线建设

■秦文剑(广东新世纪出版社有限公司副总编辑)

广东新世纪出版社有限公司(以下简称“新世纪社”)自2012年开始布局科普产品线，同年专门成立了知识读物编辑室，并于2020年更名为知识读物出版中心。随着科普在少儿图书市场的份额越来越高，我们不断加强人才梯队建设，打造更加专业化的编辑团队。

今年6月，社里在原有的知识读物出版中心的基础上成立了科普分社，为科普出版提供更好的环境，加大对科普出版的投入力度。在内容资源体系的构建上，我社多年来持续在少儿科普出版领域深耕发力，形式上原创与引进并重，内容上人文与科学并举，策划和出版了一批双效俱佳的精品，形成我社特有的原创科普品牌。

我社目前在科普出版主要有自然科普、历史文化科普以及科幻科普三大板块，打造了“自然观察”“自然探秘”“自然里的文学课”和“你猜对了！趣味科普”系列等自然科普品牌、“古诗词里的博物课”“写给孩子的古都历史之旅”等历史文化科普品牌，以及“科幻星球·火星使命”系列等科幻科普品牌。

专业性的原创内容是我们打造科普选题的根基。其中，“自然观察”系列是我社耗时10余年精心打造的原创科普图书品牌，目前已出版了7种，累计发行量近40万册。该系列曾获得中华优秀出版物图书奖、国家生态环境部“首届公众最喜爱的十本生态

环境好书”等多项国家级和省部级奖项，其中一种入选了2023年广东省“暑假读一本好书”推荐书目。“科幻星球·火星使命”(三部曲)是我国著名少儿科幻作家赵华老师的首部长篇少儿科幻小说，我社历时4年打造而成，目前销量已突破7万册，还获得广东省第十二届精神文明建设“五个一工程”奖、第八届中华优秀出版物图书提名奖，入选2020年广东省省级科技计划项目，获广东省科技创新战略专项资金支持等，取得了良好的社会效益和经济效益。

新世纪社在科普出版的品牌竞争力在于，我们一直致力于挖掘各专业领域的专家学者，为孩子们打造专业化、精品化的原创科普品牌。“自然观察”系列的作者是一群从事野外考察的专家学者，有观蝶40多年的陈锡昌老师，有世界自然基金会的项目专员陶旭东老师，其中《岩羊在等狼回来》一书还获得中国科学院院士郑光美的推荐；“海洋学校”系列的作者项太阳是一位超级海洋达人，也是青年科普作家，目前在美国加利福尼亚大学伯克利分校攻读博士学位；“科学侦探团”系列是一套引进自法国的科普侦探小说，每一本都是出自物理学、数学、化学、植物学等领域的科学家之手。我们相信专业化、精品化的科普产品才能经得起读者的检验和时间的考验，这也是我社未来将继续坚持的发展方向。

随着国家对科学技术普及工作的进一步加强，结合少儿科普市场的需求和销量情况来看，未来少儿科普出版市场应该会保持稳步增长的趋势。

习近平总书记曾强调，要在教育“双减”中做好科学教育加法，激发青少年好奇心、想象力、探求欲。未来科普出版市场应该会有更多丰富的产品形态和传播渠道，逐渐以轻量化、趣味化的形式，让科学知识更容易被孩子们接受和理解。新世纪社将继续在自然科普、历史文化科普以及科幻科普三大板块上深耕细作，坚持精品化、原创性的生产理念，维护好已有的产品矩阵，不断开拓新的产品线，真正实现科普出版的融合创新发展。

接下来，自然科普板块将推出一套“科学Q&A”系列百科；历史文化科普板块计划推出荆方老师的新作“带孩子游名画”系列、少儿科普奇幻故事《跟着文物去冒险》以及亲子互动艺术启蒙书《了不起的美术馆》系列；科幻科普板块计划推出原创长篇少儿科幻小说《未来少年科幻系列·星际醒狮队》、《科幻星球·火星使命》的续集及其姊妹篇《科幻星球·守护地球》系列。



(聂慧超 采写/整理)

紧跟时代步伐 用科技助力科普探索

■李玉帼(北京少年儿童出版社总编室主任)

“可视图书”，该书摆脱了科学视频书对于光盘、电视、PC的依赖，将视频内容数字化并存储至云存储服务器，将一个个的视频连接生成一个个对应的二维码，并将二维码印刷至图书每一个对应的实验后，读者通过手机扫一扫功能即可观看。同时每一个实验都经过严格的筛选，将时间严格控制在3分钟以内，将传统内容以数字化、碎片化的方式全新呈现。

2015年末，随着VR(虚拟现实)技术的崛起，北少社打造了以古生物、恐龙世界为主题的“国内首部VR图书”——《恐龙世界大冒险》，让孩子们在读书的同时可以将书中的应用下载至智能手机，利用成本低廉、组装方便的纸质VR眼镜，近距离地与这些庞然大物交流。

在自身队伍建设上，北少社的科普编辑团队是从不同学科背景筛选而来的，在独立担任科普图书责任编辑前，会经过系统、长期的专业培训。对于书中专业学科内容的审核，北少社联合北京市科协，组建了专业的外审队伍，严格保证图书内容的科学性与严谨性。同时，北少社依托“中国科学院老科学家科普演讲团”队伍，组建了“北少社科普专家巡讲团”团队，团队成员平均年龄70周岁，涵盖物理学、化学、数学、生物学、地质学、极地学、海洋学、核能等10余个学科的专家，并于每年在全国范围内的中小学开展不低于100场、覆盖不低于25万人次的科学家进校园活动。



北京少年儿童出版社(以下简称“北少社”)对于科普出版领域的探索开始得比较早，其中少儿科普已经成为该社的一面旗帜，随着时代的不断发展，北少社还在继续坚持和开发多种科普宣传形式，力求通过各种媒介和活动，满足不同性格、不同爱好的儿童的学习需求。

在图书出版方面，北少社科普编辑团队本着“中外结合，年龄划分，紧跟时代，技术指引”的方针，出版了一系列科普图书。21世纪初引进了英国学者出版的“可怕的科学”系列，全套72种，从不同角度，以轻松的语言、幽默的插画、严谨的科学理念对数学、化学、物理、生物、自然、人体等方面进行了解读。北少社针对目前科普市场学前科普空白(4~7岁)，出版了“读名著学科学”系列图书，全套共32种，将大家耳熟能详的经典文学名著(如《八十天环游地球》《大战火星人》等)中的科学故事、科学线索提炼出来，并以科学为主、文学为辅的理念组稿，辅以大量图画，打造成为一套体量大、科学性强、故事内容丰富、图文制作精美的科学美绘本类图书，并迅速占领了市场。

《神奇科学》是北少社打造的“中国首部跨媒体

2023年北少社的重点产品线主要包括“讲给孩子的科学大师课”和“可怕的科学”(漫画版)系列丛书(暂定名)。“讲给孩子的科学大师课”是由中国科学院老科学家科普讲演团原创的少儿科普丛书，作者们在他们几十年科研工作的基础上，在他们数年全国巡回讲演的积累中，选取孩子们感兴趣的、容易理解的内容，用讲故事的方式，创作出涉及各个自然科学领域、图文并茂的少儿科普丛书。“可怕的科学”(漫画版)系列丛书是从英国学者社引进的大型科普丛书，共81种，主要面向6~12岁小读者。内容涵盖物理、化学、生物、天文、医药、人体、健康、经济、能源、未来十大主题。首批计划出版40种，包含物理、化学、生物等基础科学以及前沿科技等主题。

科普图书市场主要分为两股力量，一是引进版权，二是原创。数年前特别优质的少儿科普图书还是引进版的居多，在2020年短视频电商渠道迅速崛起以后，原创科普品牌也迅速地占领了市场。这是一个很好的势头，2020年科普图书第一次超过了儿童文学板块，成为少儿图书的第一名，科普图书的崛起与渠道的带动特别相关。短视频电商渠道的崛起会使得低成本、低折扣、四色印刷、漫画为主的科普类百科持续占领市场，在持续一段时间后市场将会细分。同时，在目前的教育制度不变的情况下，科普市场的低龄化趋势还会一直持续。

(聂慧超、实习记者管若潼 采写/整理)

“我们每年只出100种书，本本是好书。”当问及年出版品种时，北京图灵文化发展有限公司总经理谢工如是回答。到2023年，图灵文化的这份“固执”已经保持了18年，共培育出200多个优质科普图书品牌。“我们不做跟风书和山寨书，要想持续打造出更有辨识度的品牌，就要经得住实践与时间的双重沉淀。”谢工表示。

“图灵新知”是国内科技图书出版商图灵文化旗下的科普品牌，隶属于人民邮电出版社，被读者们誉为“靠谱的硬核派”。这家以计算机科学之父、人工智能之父命名的图书公司，最早以高端计算机技术类图书和专业数学图书为主要出版方向，自2010年左右，开始探索科普出版板块，在延续原有科学内容的基础上，深挖读者需求与国内外优秀内容资源，推出一系列经典学科科普作品，同时打造了科普史类、思维通识类、趣味科普类等“大”科普作品，吸引了不少大众读者的阅读兴趣。

“最初，高端计算机技术类图书和专业数学图书还不太多，图灵新知凭借自身在科技领域的优势资源，成为读者心中‘立得住’的科普数学品牌。随着市场发展，大家逐渐发现，程序员还有阅读科普读物的需求，于是，科普出版自然而然地延伸出来，成为公司的又一重要业务板块。”谢工表示。除了《Python编程从入门到实践》等图灵程序设计丛书外，图灵公司还将目光转移到程序员在其他领域的一些需求，出品了《黑客与画家》《番茄工作法图解》《信息简史》等；并及时捕捉市场新动态，推出《牛顿传》《费曼传》等大人物经典传记，以及《硅谷之火》这类影响大人物一生的图书，颇受市场欢迎。

该公司的科普图书编辑的人员配备比例也应势而变。据谢工介绍，以前专注计算机类图书的人员占80%，科普类图书占20%；现在科普类图书已接近50%。

科普数学作为图灵新知的主要特色出版之一，历经十数年，出版了近百种数学方向优质图书，得到广大院校师生和读者的认可与信赖。时至今日已成为国内数学图书出版领域的口碑品牌，推出《微积分的历程》、《数学与生活》、《普林斯顿微积分读本》、《神奇的数学》、《不焦虑的数学》系列、“数学女孩”系列等优质出版物，即将出版的“数学女孩的秘密笔记”系列备受期待。

近三五年，图灵新知的出版方向迎来新的一次转向——将科普数学扩展到更广泛的学科领域。其中，最具代表性的就是“考试脑科学”系列。该系列图书是日本作家池谷裕二所著的学习记忆指南，已在日本畅销十余年。谢工多年积累的市场营销经验与敏感性，让她意识到，该书的价值在国内同样值得挖掘。“如今，青少年的中考、高考引发社会广泛关注，家长们开始以更加理性和科学的态度对待高考，关注孩子的全面发展和心理健康，鼓励他们树立正确的学习观念。而这套书刚好打动了家长的痛点。”

事实证明，谢工的这一想法是正确的。截至目前，“考试脑科学”系列图书累计销售100多万册。谢工表示，接下来，该系列图书将继续围绕家庭教育等方向推出新书，“我相信后续还能延续它的高销量，我们也需要进一步了解家长和学校老师的刚需。”

图灵新知在青少年科普图书领域的这番尝试，让其看到了科普出版市场的更多可能性。然而，谢工却并不准备将大热门少儿科普作为自己的布局重点。“少儿科普市场的火热有目共睹，但这一市场面对的压力很大，存量太多，而且低折扣书、山寨书、跟风书对书业生态造成严重的负面影响，这也是我们不想去做少儿科普的原因之一。”谢工坦言。

过去，图灵新知更侧重于出品外版书，如今则加大挖掘国内市场原创科普图书，打造了《宇宙的胎动》《写给青少年的数学故事》《数学建模33讲》《生命是什么》等一众原创科普好书。除了探索与专业研究机构的专家学者开展合作，挖掘优质内容资源外，还积极挖掘B站、短视频平台等新媒体平台上的原创科普作者，尝试为图书搭配相关付费课程，增加图书附加值。

“站在巨人的肩膀上”是图灵文化的座右铭。如今，站在新的起点上，为了看得更远，图灵公司将以“用好书连接我们”作为秉承的理念。“改革开放40多年来，我们积极引进国外的先进技术与管理理念，如今，我们应该加大‘走出去’力度，影响更多的人，更好地培育青少年的民族自信。”

近日，图灵新知策划了重点选题，精选各学科领域中最有代表性的多位院士，从其关注的角度写书。其中，丁仲礼院士著作的《碳中和200问》将于今年年底面世，大力弘扬科学家精神，为读者提供高质量精神食粮，助力厚植科普传播土壤。

■中国出版传媒商报记者 聂慧超



(下转第19版)